

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2005:1) adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mengandung makna. Makna sendiri diartikan sebagai data yang mempunyai nilai di balik data yang terlihat. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti ingin menganalisis data lebih dalam untuk mendapatkan makna di balik data yang terlihat. Diharapkan pendekatan ini dapat menggambarkan dan menjelaskan konstruksi tanda pada data yang akan diteliti.

#### **3.2 Tipe dan Dasar Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe kualitatif interpretatif yang melihat sebuah fakta sebagai sesuatu yang menarik dalam memahami makna. Kualitatif interpretatif juga memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai obyek kajian, serta bagaimana peneliti menafsirkan dan memahami kode di balik tanda dan teks tersebut (Piliang, 2003:270). Tipe ini sesuai dengan analisis semiotika yang akan digunakan peneliti untuk mengungkapkan selera perempuan yang terdapat dalam iklan produk pria.

Analisis semiotik merupakan sebuah cara untuk membongkar sesuatu yang tersembunyi ketika membaca atau mendengar suatu naskah atau narasi (Alex Sobur, 2006:117). Penelitian ini menggunakan jenis semiotik *signifikasi*, yaitu mengutamakan

segi pemahaman suatu tanda sehingga proses pada penerima tanda lebih diperhatikan daripada proses komunikasinya. Menurut Little John (1964:64), suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna ialah hubungan antara suatu objek atau ide dan suatu tanda. Penafsir pesan dalam penelitian ini adalah sebagai penghubung antara tanda dengan petanda. Penafsiran sebuah tanda tentu akan berbeda-beda sesuai dengan pengalaman individu masing-masing. Iklan sebagai media konstruksi sangat menarik untuk dianalisa. Berbagai macam iklan menyisipkan tanda-tanda yang ditujukan untuk memenuhi ekspektasi dan mendapatkan perhatian dari audiens.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah iklan komersial *Old Spice: The Man Your Man Could Smell Like*. Iklan *Old Spice: The Man Your Man Could Smell Like* berdurasi 30 detik dengan 1 shot 3 *scene*. Ikon dalam iklan ini dikenal dengan *Old Spice Guy* yang diperankan oleh pemain football Amerika yaitu Isaiah Mustafa.

### **3.4 Unit Analisis Data**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *scene* yang mengandung tanda – tanda dari representasi persepsi perempuan. Di fokuskan pada dua elemen yang terdapat pada iklan *Old Spice: The Man Your Man Could Smell Like*, yaitu audio dan visual. Berdasarkan visual, peneliti akan memfokuskan pada angle, shot, gesture, setting, dan wardrobe. Sedangkan elemen audio yang akan diteliti adalah dialog/monolog dan sound effect. Hal ini dimaksud untuk mengetahui representasi persepsi perempuan terhadap pria dalam produk pria.

### 3.4.1. Visual

a. **Angle** kamera dibedakan menurut karakteristik dari gambar yang dihasilkan, ada 3 jenis yaitu:

- *Straight angle*, yaitu sudut pengambilan gambar yang normal, biasanya ketinggian kamera setinggi dada dan sering digunakan pada acara yang gambarnya tetap. Mengesankan situasi yang normal, bila pengambilan straight angle secara zoom in menggambarkan ekspresi wajah obyek atau pemain dalam memainkan karakternya, sedangkan pengambilan straight angle secara zoom out menggambarkan secara menyeluruh ekspresi gerak tubuh dari obyek atau pemain.
- *Low angle*, yaitu sudut pengambilan gambar dari tempat yang letaknya lebih rendah dari obyek. Hal ini membuat seseorang nampak kelihatan mempunyai kekuatan yang menonjol dan akan kelihatan kekuasaanya.
- *High angle*, yaitu sudut pengambilan gambar dari tempat yang lebih tinggi dari obyek. Hal ini akan memberikan penonton suatu kekuatan atau rasa superioritas.


b. **Shot** merupakan teknik pengambilan gambar dengan memperhatikan bidang pandangan pada saat pengambilan gambar, berikut macam macam teknik shot :



- *Extreme Long Shot / Extreme Wide Shot*, shot ini berkesan sangat jauh dan pandangan yang sangat luas, teknik ini biasanya mengambil gambar keseluruhan.
- *Long Shot / Wide shot*, sama halnya seperti extreme long shot, tapi pada long shot padangan lebih dekat.

- Medium Long Shot / Medium Wide shot, shot ini berkesan jauh dan luas, atau singkatnya lebih dekat dari teknik long shot.
  - Close Up, shot ini berkesan dekat, titik perhatian utama ialah objek, dan biasanya latar sangat sedikit. Untuk objek manusia biasanya shot dilakukan dari bahu sampai atas kepala.
  - Medium Close Up, shot ini berkesan sangat dekat, sama halnya dengan close up tetapi pada medium close up objek sedikit lebih jauh. Untuk objek manusia biasanya shot dilakukan dari atas kepala sampai dada atau pinggang.
  - Extreme Close Up, shot ini berkesan sangat dekat dan detail, objek menjadi fokus utama sehingga mengisi seluruh layar, biasanya digunakan untuk menampilkan bagian bagian tertentu dari tubuh manusia.
- c. **Gesture** merupakan salah satu bentuk komunikasi non-verbal dengan gerakan tubuh untuk mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu, baik sebagai pengganti dialog atau digunakan bersama kata-kata. Gestur meliputi pergerakan tubuh mulai dari tangan, wajah, atau bagian lain dari tubuh. Bentuk dari gesture biasanya terhubung dengan berbicara dan proses berfikir.
- d. **Setting** menunjukkan tempat atau ruang di mana iklan itu terjadi. Segala keterangan dalam wujud fisik dan dapat dipahami melalui mata, hal ini pasti dirasakan pertama kali melihat sebuah iklan. Latar tempat dapat meliputi penggambaran letak geografis seperti pemandangan, ruang, dan iklim.

- e. **Wardrobe** berguna sebagai penunjang adegan dan hasil iklan karena berkaitan dengan konsep yang diangkat. Wardrobe yang dimaksud adalah berbagai barang yang berkaitan dengan tema iklan. Dalam iklan Old Spice: *The Man Your Man Could Smell Like* dalam setting tempat kamar mandi, property yang dibutuhkan adalah shower.

Tabel 3.1. Tabel Kerja Analisis Visual

| VISUAL |  |                |   |   |  |  |
|--------|--|----------------|---|---|--|--|
| No     | SCENE  | ANGLE          | SHOT  | GESTURE / MIMIK   | SETTING / PROPERTY   | WARDROBE   |
| 1      |  | Straight Angle | Medium Long shot > Medium Close Up > Medium Long Shot | <p>Lengan tidak melindungi bagian torso. Torso dicondongkan ke arah kamera.</p> <p>Mimik wajah menggoda. Mengangkat alis dengan senyum simpul dan mata sayu. Beberapa kali terlihat mengernyitkan dahi.</p> | <p>Kamar mandi dengan motif dinding keramik kotak - kotak putih dan garis biru.</p> <p>Tampak uap air saat shower menyala dan tirai berwarna cream sebagian menutupi ruang shower. Westafel dan toiletries berada di sisi kiri dengan kaca berada di atasnya. Gantungan handuk</p> | <p>Handuk dikenakan di pinggang. Berwarna abu-abu polos dengan garis biru di semua sisi handuk.</p> <p>Produk Old Spice After Hours dengan kemasan botol berwarna dominan merah.</p> |

|   |   |                |  |   |   |  |
|---|---|----------------|--|---|---|--|
|   |   |                |  |   | beserta handuk berwarna hitam abu - abu berada di sisi kanan.   |  |
| 2 |   | Straight Angle | Medium Long Shot > Medium Close Up             | <p>Berjalan dengan tegap dan lengan tidak melindungi bagian torso. Torso dicondongkan ke depan.</p> <p>Mimik wajah menggoda. Mengangkat alis dengan senyum simpul dan mata sayu. Beberapa kali terlihat mengernyitkan dahi.</p> | <p>Kapal bagian deck depan dan lantai kayu berwarna cokelat. Bendera warna-warni berkibar di ujung kapal. Tampak beberapa item seperti mesin jangkar dan tali tambat.</p> | <p>Celana Putih polos dengan belt berwarna cokelat muda.</p> <p>Kemeja dengan motif garis berwarna biru yang dililitkan di bahu.</p> <p>Kerang berisi tiket</p> <p>Setumpuk berlian.</p> |
| 3 |  | Straight Angle | Medium Close Up > Medium Long Shot > Long Shot | <p>Lengan kanan berkacak pinggang dan tidak melindungi bagian torso. Torso dicondongkan ke depan.</p> <p>Mimik wajah menggoda. Mengangkat</p>   | <p>Pinggir pantai pada siang hari. Terlihat bibir pantai, semak dan pohon kelapa.</p>   | <p>Celana Putih polos dengan belt berwarna cokelat muda.</p> <p>Kemeja dengan motif garis berwarna biru yang</p>   |

|  |  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|--|---|--|--|
|  |  |  |  | alis dengan senyum simpul dan mata sayu. Beberapa kali terlihat mengernyitkan dahi. |  | dililitkan di bahu.<br><br>Produk Old Spice After Hours dengan kemasan botol berwarna dominan merah. |
|--|--|--|--|---|--|--|

### 3.4.2. Audio

- Dialog/Monolog yang digunakan dalam iklan Old Spice: *The Man Your Man Could Smell Like* ini adalah wacana monolog yang secara tidak langsung mengajak penonton untuk ikut berinteraksi.
- Sound Effect adalah semua suara tambahan selain suara dialog, musik latar, serta lagu. Sound effect lebih dapat memberi suasana penonton untuk membawa imajinasi seseorang. Berbagai bunyi yang digunakan untuk suasana yang berfungsi sebagai penunjang gambar untuk membentuk nilai dramatik dan estetika sebuah adegan.

Tabel 3.2. Tabel Kerja Analisis Audio

| AUDIO |   |                          |
|-------|---|--------------------------|
| SCENE | DIALOG/MONOLOG  | SOUND EFFECT             |
| 1     | <p>Hello Ladies.</p> <p>Look at your man, now back to me, now back at your man, now back to me.</p> <p>Sadly, he isn't me.</p> <p>But, if he stopped using lady scented body wash and switched to Old Spice, he could smell like he's me.</p> | Air Shower yang mengalir |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | Look down.. back up..   |   |
| 2 | <p>where are you ?</p> <p>You're on a boat with the man your man could smell like.</p> <p>What's in your hand ? back at me</p> <p>I have it, it's an oyster with two tickets to that thing you love.</p> <p>Look again, the tickets are now diamonds.</p> | <p>Suara ombak laut yang lembut</p> <p>suara angin laut</p> <p>suara burung camar di laut</p> |
| 3 | <p>Anything is possible when your man smells like Old Spice and not a lady</p> <p>I'm on a horse.</p>   | <p>Suara ombak laut yang lembut</p> <p>suara angin laut</p> <p>suara burung camar di laut</p> |

### 3.5 Sumber Data

Adapun data-data yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari observasi objek penelitian dengan cara mengamati dan menganalisa data yang ada yaitu, video iklan yang telah disebutkan pada fokus penelitian. Video tersebut diambil dari YouTube.

#### b. Data Sekunder

Data yang diambil dari kepustakaan, seperti jurnal, buku, dan media elektronik seperti internet dan media sosial yang berkaitan dengan tujuan penelitian dan sebagai data pendukung data primer.

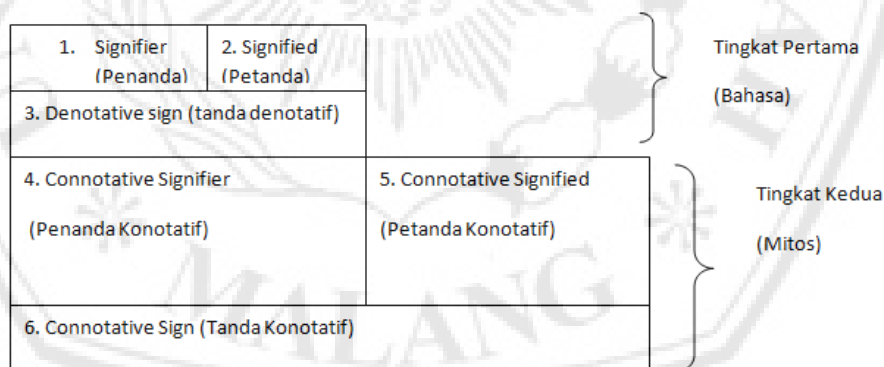
### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika yang berasal dari Roland Barthes. Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap



pertama merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Ini disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara meng-gambarkannya (Wibowo,2011:17).

Salah satu unsur penting yang diteliti Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Peran pembaca dibutuhkan agar konotasi yang merupakan sifat tanda akan berfungsi. Barthes memaparkan apa yang disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun di atas sistem yang telah ada sebelumnya. Contoh dari sistem tataran kedua ini adalah “sastra” yang dibangun diatas “bahasa” sebagai sistem pertama. Dalam konsep mitologinya, sistem ke-dua ini disebut *konotatif*, sedangkan sistem pemaknaan tataran pertama disebut sebagai *denotatif*. Oleh karena itu, Barthes membuat sebuah model sistematis bagaimana tanda bekerja.



Gambar 3.3. Peta Tanda Roland Barthes (Alex Sobur, 2016:69)

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran

bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28). Barthes meletakkan mitos pada sistem tataran ke-dua. Dalam mitos, sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. Oleh sebab itu, banyak konsep bermunculan secara berulang-ulang dalam bentuk yang berbeda karena jumlah petanda lebih sedikit daripada penanda.

Konsep semiotika Barthes (Sobur, 2006:69) dikenal sebagai *Two Order Of Signification*. Dalam penerapannya, metode semiotika menuntut adanya pengamatan secara menyeluruh dari semua isi teks, termasuk cara penyajiannya, dan istilah yang digunakannya, dalam arti seorang peneliti diharuskan untuk memperhatikan koherensi makna antara bagian dalam suatu teks dan koherensi dengan konteksnya.

